

平成20年度性教育に関する製品の共用品化についての
調査研究実施報告書

平成21年3月
財団法人共用品推進機構

平成20年度性教育に関する製品の共用品化についての調査研究実施報告書

1. 委託テーマ名

生理用品の共用品化についての研究調査研究

2. 委託業務の概要（研究目的、研究内容等）

生理用品における調査については、これまでに、識別及び表示については、種類が豊富になり選択肢が広がったことが便利になったとしている反面、特に全盲や弱視の人達のように視覚的に情報を得ることが困難な人達には、多くの種類から目的にあった商品が選べないことや、文字情報だけのパッケージでは肝心の情報が得られずに不便さを感じる事が指摘されてきた。さらに、各社の情報の掲載方法がさまざまであるため、各製品の性質や仕様が分かりづらいことが指摘された。

そこで本年度は、以下の事項について調査研究を実施した。

1) 弱視の人達に対する追加調査

今回の調査で、弱視の人達にとって情報を一か所にまとめて提供することが必要であるとの結果は得られたが、色の問題やコントラストについては、個々の見える色の範囲が違うため、どの範囲であれば見ることが可能かの調査を追加で行った。

また調査にあたっては、前回はパソコン上のデータ並びにデザインを1枚の紙に並べたものから抽出してもらった形にしたが、今回の調査においては、紙面1枚に対しデザイン一つを表示する形にして、見やすさを選んでもらった。

2) 専門機関における色の分析

今回得られた結果をもとに、コントラストや色の使い方について専門機関にて検証し、効果的と思われる指標を示した。

3) ガイドライン（案）の作成

今回の結果をもとに、生理用品の表示のあり方についてまとめて、ガイドライン案を作成した。

3. 本事業調査の方法

昨年度から本年度にかけて、生理用品のパッケージ表示における不便さ調査を実施した。

◆アンケート回答者（企業・団体等）

以下の団体並びに企業に調査を依頼した。

（社福）全日本手をつなぐ育成会、弱視者問題研究会、大日本印刷（株）、社会福祉法人 日本盲人職能開発センター、（財）共用品推進機構

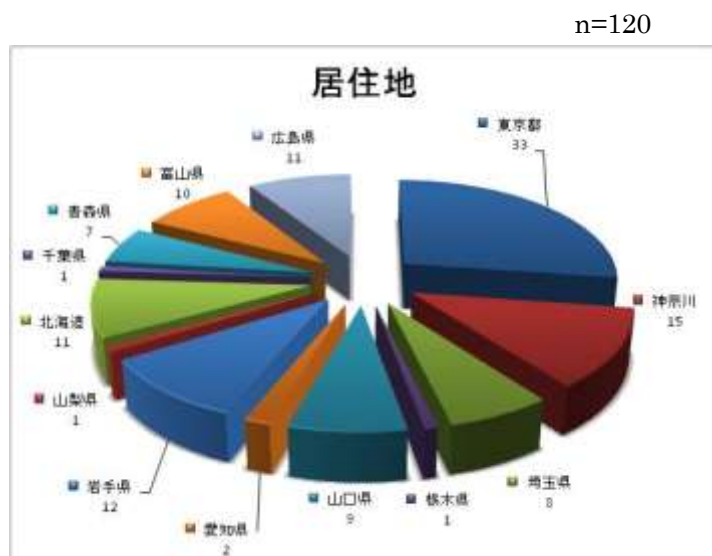
4. アンケート調査結果

昨年度と本年度の対象者合計120名の回答をもとに今回の調査、分析を行った。
調査の概要については、以下の通りである。

4. 1 調査の概要

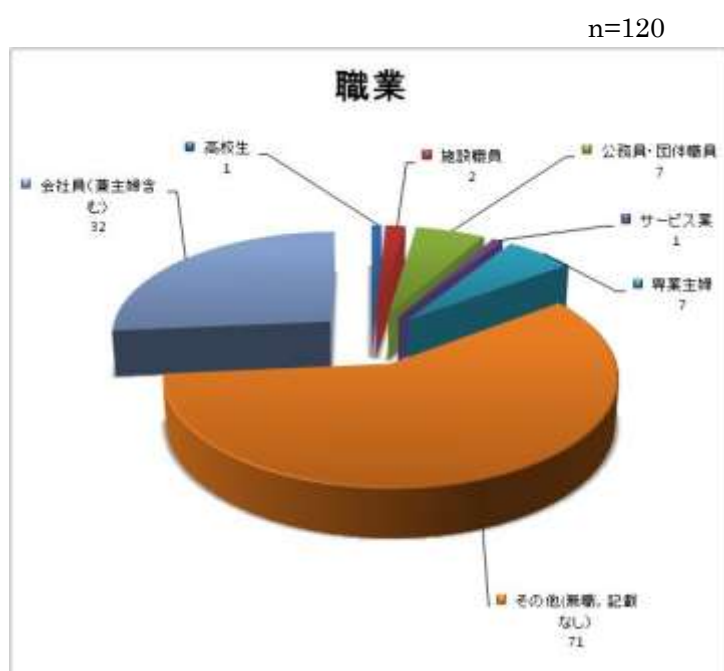
4. 1. 1 居住地

今回の調査では、北海道から山口県まで幅広い居住地からの回答を得ている。



4. 1. 2 職業

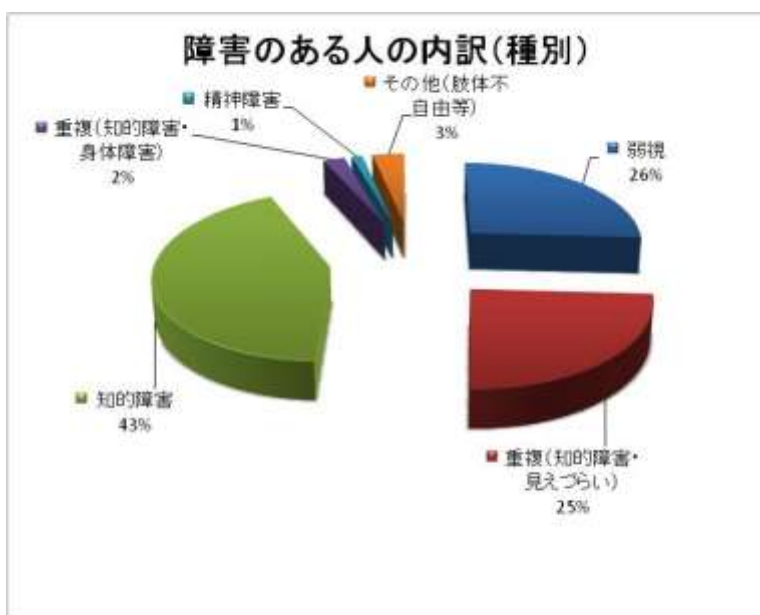
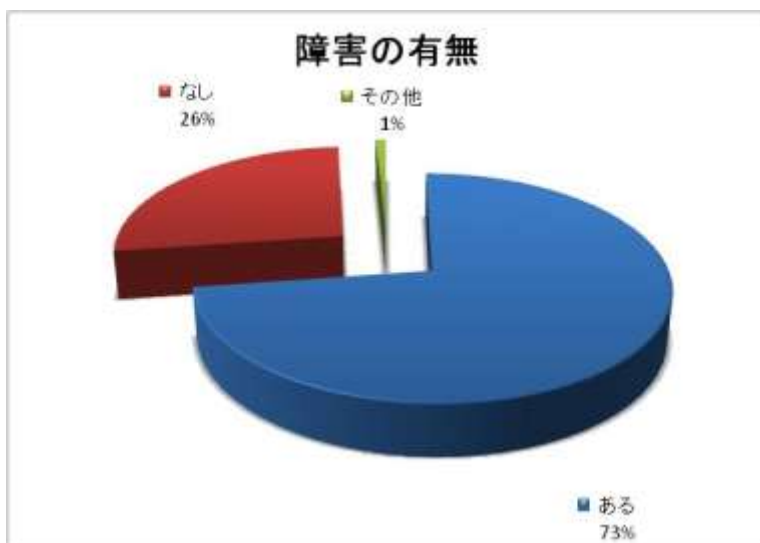
その他に属する回答は、主に知的に障害のある人達からであり、施設で作業をしている人並びに施設利用者である。



4. 1. 3 障害の有無

回答者のうち障害のある人は全体の7割で、障害のない人は3割弱であった。

n=120



4. 2 生理用品の表示に関するアンケート調査結果

4. 2. 1 正面から見た表示方法に関する調査結果

正面から見た表示のうち、最も分かりやすいものと2番目に分かりやすいものを選んでもらった結果、1番目に分かりやすいものは表示Aが5割強と最も多く、続いてB、Dとなった。

2番目に分かりやすいものについては表示Bで、続いてD、Aとなった。

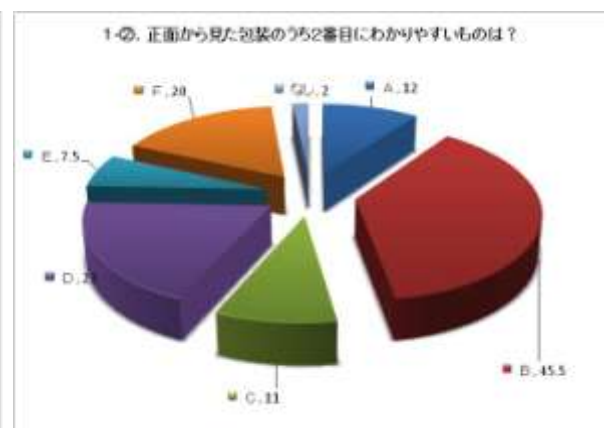
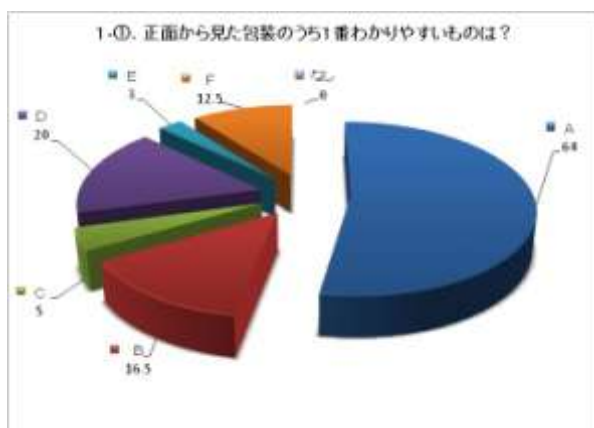


最も分かりやすいとされた表示Aは、一か所に情報が集まっているため必要な情報が一度に得られる利点に加え、白地に青い文字を用いているためコントラストがはっきりしていることが選ばれた理由であると思われる。さらに、表示Aは分かりにくい表示の中でも一番数値が低いため、提示した6種類の表示のうち、一番分かりやすく情報が得やすい表示であるといえる。

表示Bに関してもA同様の利点があるが、青地に白い抜き出し文字を使用しているため、包装自体の色と青地の表示部分が同化しており、情報が探しにくいことが推測される。

また表示Dに関しては、一か所に情報が囲まれているわけではないが、左から右へ一列に情報が並んでいる状態であるため、情報が探しやすく読みやすい。しかし表示AやBに比べ、表示Dに関しては、分かりにくいと答えている人も多く、賛否両論の表示であることもうかがえる。

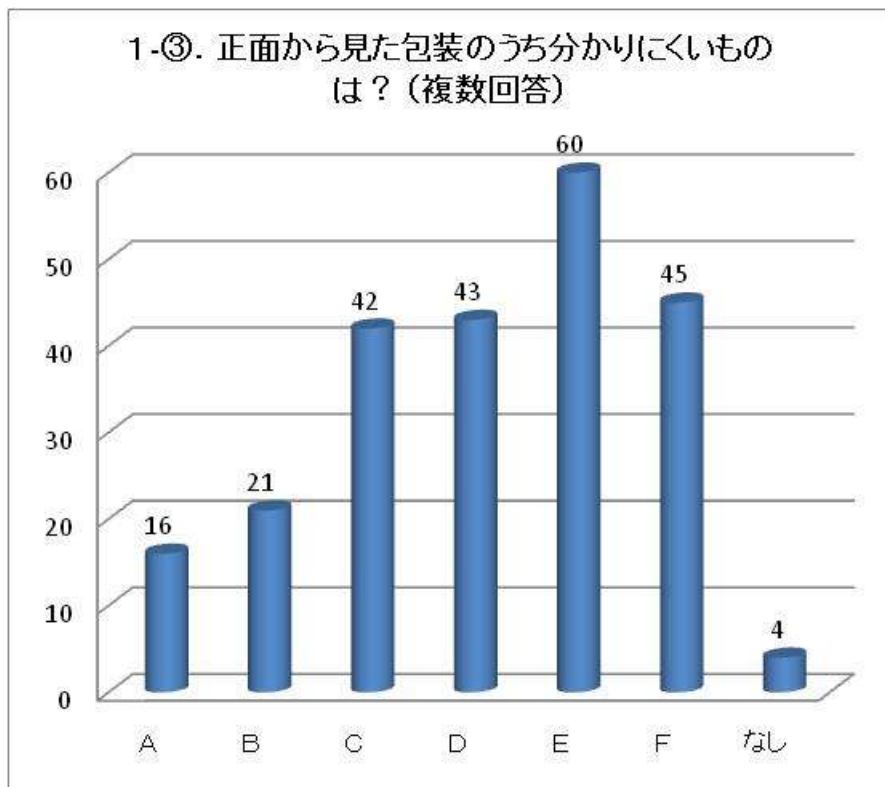
n=120



正面から見た表示のうち、最も分かりにくかったものは表示Eで続いてD、Cも分かりにくいとの回答を得た。

すべて背景色と同じ文字や表示を使っているため、情報が探しにくいことも考えられる。

一か所に情報をまとめたとしても、コントラストや色への配慮がなければ、消費者にとって分かりにくいものであることが分かった。



4. 2. 2 開け口部分に関する表示についての調査結果

開け口の表示のうち、最も分かりやすいものと2番目に分かりやすいものを選んでもらった結果、1番目に分かりやすいものは表示Aが7割弱と最も多く、続いてB、Cとなった。

2番目に分かりやすいものについてはBで、続いてA、Cであった。



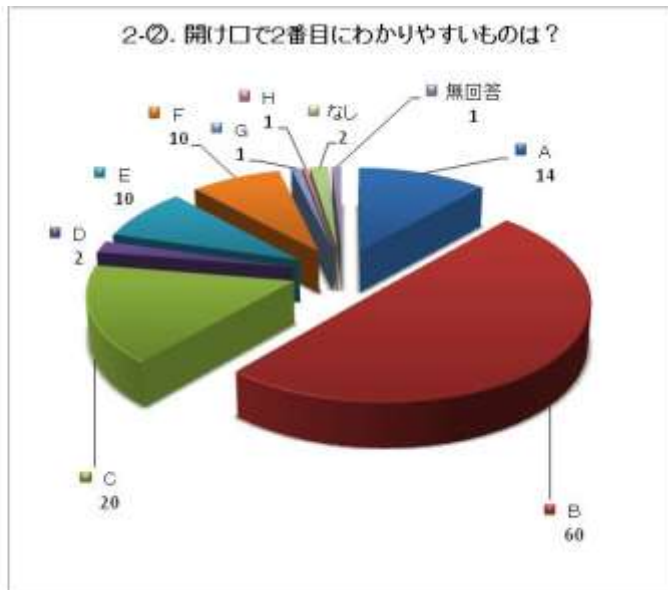
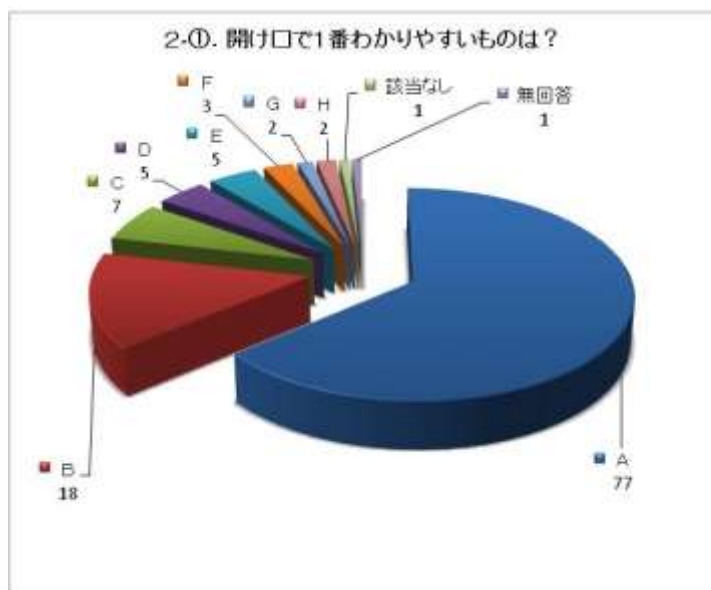
最も分かりやすいと支持を得た表示Aについては、分かりにくいと答えた人も回答者の1割を満たさない程度であり、最も分かりやすい表示あることがうかがえる。

表示Aに関しては、包装自体の青色（背景色）と補色関係にある桃色を用いることで、コントラストをはっきりさせ、情報が目にとまりやすくなっている。

表示Bに関してもほぼAと同様の解釈であるが、青色と補色関係にある橙色（黒みがかっている）は、2番目に分かりやすい表示と支持を得ている上に、分かりにくいと答えた人も最も少ないため、背景色と補色関係にある色を用いて示すことによって、開け口が分かりやすくなることが分かった。

表示AやBに対する支持よりはる大差があるが、Cにおいても、分かりやすいとした人が、1割程度であった。サンプルとなった背景色の青色と切り口のライム色は、両方とも飽和色に近く、特にライム色が鮮やかであるため、目を引いた可能性もあると考えられる。

n=120

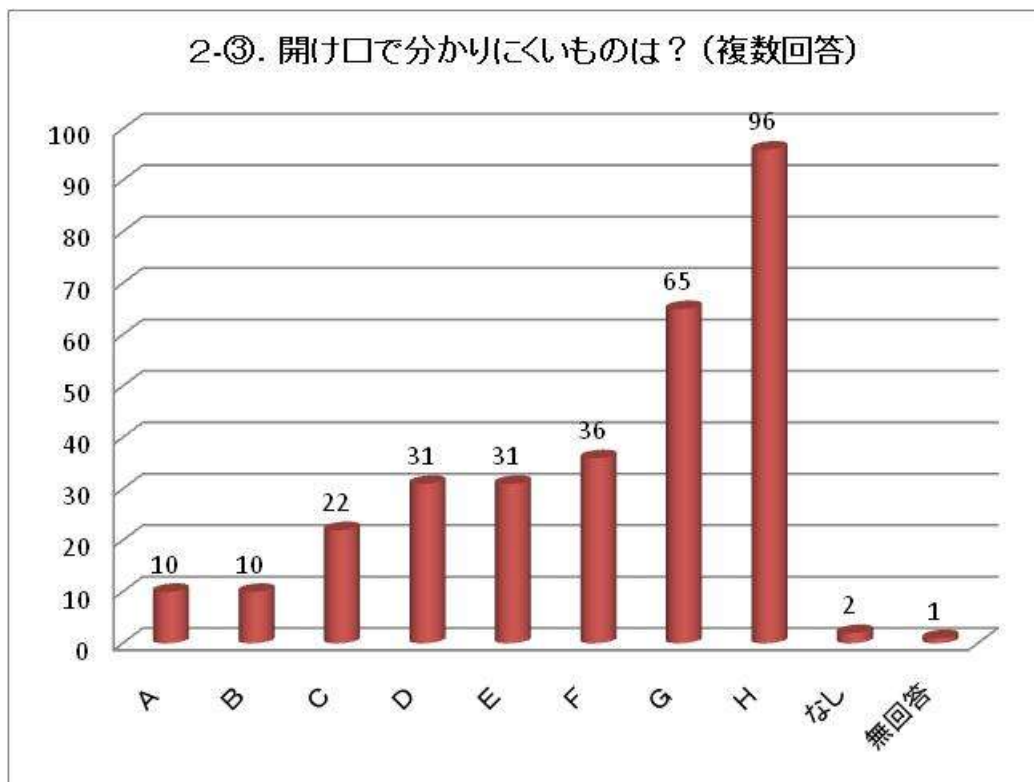


開け口部分に関する表示について、最も分かりにくかったものは大きく差をつけて表示Hが選ばれ、続いてG、Fの順となった。

これらはすべて、正面から見た時の分かりにくい表示と同様、包装自体の背景色と同系色を用いているため、必要な情報が得にくいことにあると思われる。

特に表示Hに関しては、ミシン目も細く分かりづらい上に、同系色の表示であるため、さらに分かりづらいとの指摘を受けたものと推測される。

一目見て開け口と分かるミシン目を用いることで、消費者がストレスなく情報が得られることが分かった。



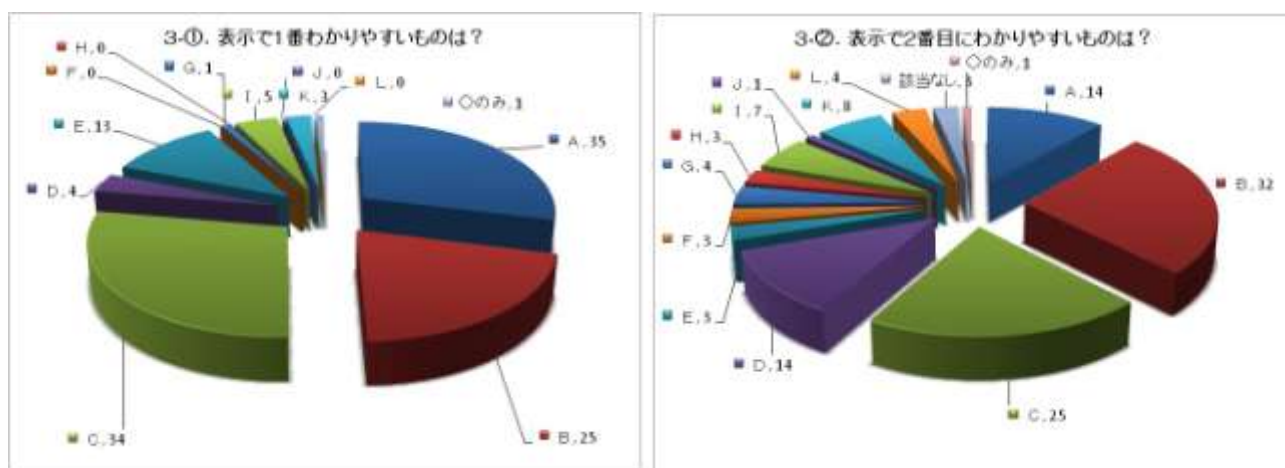
4. 2. 3 情報をまとめた表示についての調査結果

情報をまとめた表示のうち、最も分かりやすいものと2番目に分かりやすいものを選んでもらった結果、1番目に分かりやすいものは表示Aで、大差なくCが3割強ずつ支持されている。最も分かりやすいものとして表示Aが選ばれているが、分かりやすい表示の1番目と2番目を合わせて考えると、表示Cに対する支持が高い。さらに、分かりづらい表示の中でも表示Cに対する回答が最も低いことから、表示を単独で考えた場合、情報を得やすいのはCの表示であることが分かる。

また表示AやBに関しても背景と文字のコントラストがはっきりしているため、分かりやすいとの回答を得ている。また分かりづらい表示の回答からも、AとBの表示に対する不便さは全体の1割にも満たないことから、これらも分かりやすい表示であると推測される。



特に高い評価を得ている訳ではないが、色の使い方として、桃色や黄緑色の表示についても、特に知的障害の人達からの指示が高かったことも特記しておきたい。



情報をまとめた表示について、最も分かりにくかったものは表示Fで、続いてHとLであった。

表示FとHについては、背景色が白色で文字自体も白色に近い色を使用し、Lに関しては背景色が黒色に近い青色で文字自体が黒色を使っているため、明暗の差がないことが理由であると考えられる。

コントラストをうまく使うことで分かりやすくなることがうかがえる。



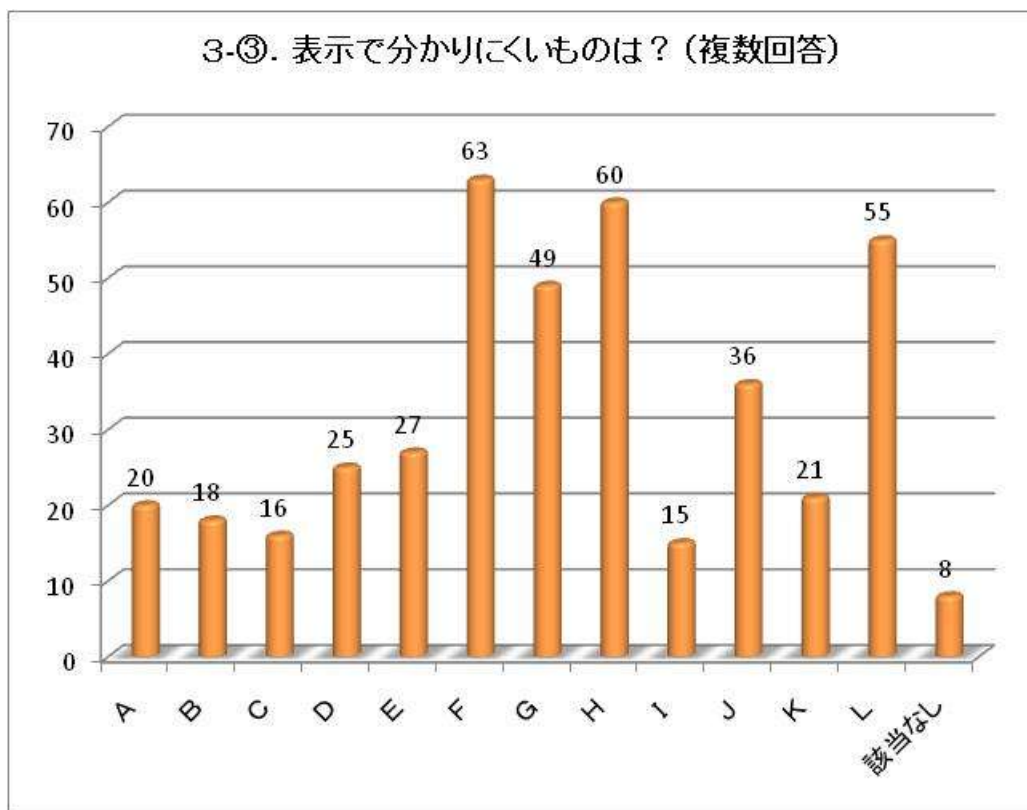
表示F



表示H



表示L



5. 生理用品の分かりやすい表示方法（案）（ガイドライン）

生理用品の分かりやすい表示方法（案）

はじめに

生理用品における消費者個々が感じている便利さと不便さは、身体的特性や好みによって相反する場合がある。

識別及び表示については、種類が豊富になり選択肢が広がったことは利点だが、全盲や弱視の人達のように視覚的に情報を得ることが困難な人達には、多くの種類から目的にあった商品が選べないことや、文字情報だけのパッケージでは肝心の情報が得られずに不便さを感じる事が指摘された。さらに、各社の情報の掲載方法がさまざまであるため、各製品の性質や仕様が分かりづらいことが指摘されている。この表示の分かりづらさについては、障害のない人達も同様に感じている不便さである。

開封については識別及び表示同様、パッケージのミシン目やナプキンの個別包装の簡易性、操作性等が向上したと評価が高い反面、パッケージのミシン目や個別包装のシールの位置などが分かりづらく開けられないことや、シール（テープ）の粘着性が強く、手の自由が利かない人達にとっては操作がしづらいとの意見が多く聞かれた。

生理用品の開封性については各社特許の問題やコストの問題があるため、直ぐに取り組める事柄ではないが、表示方法については、消費者（障害のある人を含む）が不便さを感じているのであれば、対応可能であるとメーカーサイドからの意見もあり、生理用品のパッケージにおける表示方法についてガイドラインの作成を行った。

また本調査にあたっては、障害のある人だけでなく、障害のない人達も不便さを感じており、その不便さを訴える先がなく更に訴えにくい分野であるため、本ガイドラインが広く利用されることを望む声が聞かれたことも特記しておきたい。

1 適用範囲

この規格は、障害のあるなしにかかわらず、より多くの人々が、自分にあった生理用品を見つけることができるように、分かりやすい表示方法について示す。

2 表示方法

表示方法の内容については、調査結果より、情報として入手したい優先順に「サイズ（長さ）」「用途（昼用、夜用）」「羽の有無」「素材（メッシュ加工やコットンタイプなど）」「感触（さらさら、ふわふわなど）」をまとめた。

個別の製品に対する表現方法については、特に統一する必要はないが、手に取った段階で意味のつかめる表現が望まれる。

2.1 正面

正面のデザインにおいては、情報を取り囲む背景領域のコントラストが「表示 A」は最も高く、「視覚的見やすさ」が攻城する。本例は、全体の背景がやや暗めの青なので、白の背景を使った「表示 A」が最も高いコントラストを生じていることになり、全体の背景をさらに明るい青（白

に近いような背景) にする場合は、「表示 B」の黒背景のコントラストが一番高くなるため最も視覚的に見やすい。

また、情報を一か所に集めて表示する方法は「分かりやすさ」を促進するため、一か所にまとめて表示することが望まれる。



表示 A



表示 B



表示 D

2.2 開け口

本例では、デザインがほぼ中央の横一線である場合について配慮点を示す。

背景のコントラストと色の組み合わせが主たる問題となるが、横線とほぼ同じ明るさであれば、背景の青の明るさに近いので明るさのコントラストはいずれもそれほど高くなく、見やすさは低減する。そこで色の識別性が問題となるが（色のコントラストという場合もある、背景の青からみると灰、青の線以外の赤、黄、緑は色のグループ（カテゴリーと言う）が異なるので十分識別しやすいが、中でも青との色の感覚的な差（色差）が一番大きいのは赤なので、これいちばん視覚的に識別しやすい色となる。なお、青の補色は黄色なので「表示 B」が最も見やすいということになる。

開封性の分かりやすさでは矢印の有無が重要な目印となるため、認識しやすいコントラストを使うことが求められる。



表示 A



表示 B



表示 C

2.3 詳細

詳細の表示に関しても重要なポイントとなるものは、文字の色や背景とのコントラストである。例示のものは、明るさのコントラストが高く分かりやすい。またロービジョンの場合の経験則として、同じコントラストでも黒背景に白文字のコントラストを用いると更に分かりやすくなる。



表示A



表示C



表示B

6. 結果からの分析

本調査結果について、独立行政法人産業技術総合研究所人間福祉医工学研究部門に分析依頼した。結果は以下の通りである。

「平成 20 年度性教育に関する製品の共用品化についての調査研究実施報告書」に関するコメント

6-1 はじめに

一般的に見やすさと言った場合、その意味は「視覚のみやすさ」と「わかりやすさ」に分解できます。「視覚的見やすさ」はコントラスト、色の識別、文字サイズ、などがその要因となります。一方「分かりやすさ」は情報の多さ、まとめ、順序などが関係します。

6-2 正面デザイン

この2つの視点から今回の調査結果を見ますと、正面のデザインではまず、情報を取り囲む背景領域のコントラストは「表示 A」が最も高いので「視覚的見やすさ」が一番良いという結果が出ています。これは全体の背景がやや暗めの青なので、白の背景を使った「表示 A」が最も高いコントラストを生じたということです。もし全体の背景がさらに明るい青（白に近いような背景）の場合は「表示 B」の黒背景のコントラストが一番高くなりますので、これが最も視覚的に見やすいということになるでしょう。他の表示 C、D、E、F は情報を囲む背景が存在しないので、文字だけのコントラストになりますが、いずれも文字のコントラストは低いので見にくいものとなります。

情報を一か所に集めて表示する方法は「分かりやすさ」を促進しており、「表示 A」, 「表示 B」「表示 C」はこの点で、他の表示よりもわかりやすくなっています。ただし、「表示 E」も情報がまとまっていますので、わかりやすく、さらに情報が簡素化されていますので、わかりやすさでは上位に来ます。ここでは一つ一つの文字や情報が小さいのでこの点を改善すれば「分かりやすさ」はかなり改善すると思われれます。

6-3 開け口表示

次に、開け口の表示に関してですが、この場合デザインはほぼ中央の横一線のみなので、コントラストと色の組み合わせが主たる問題となります。すなわち、「視覚的見やすさ」が主たる問題となります。「表示 A」から「表示 D」までの横線はほぼ同じ明るさで、背景の青の明るさに近いので明るさのコントラストはいずれもそれほど高くありません。そこで色の識別性が問題となります（色のコントラストという場合もあります）。背景の青からみると灰、青の線以外の赤、黄、緑は色のグループ（カテゴリーと言います）が異なるので十分識別しやすいのですが、中でも青との色の感覚的な差（色差）が一番大きいのは赤なので、これいちばん視覚的に識別しやすい色となります。なお、青の補色は黄色なので「表示 B」が最も見やすいということになりますが、このサンプルの場合はやや暗い黄色で茶に近くなりますので、その補色効果が明確に出てきていません。

開封性の分かりやすさでは矢印の有無が大きな要因ですが「表示 H」を除き、すべて矢印

表示があるので良い条件を満たしています。「表示 H」の開け口の分かりにくさが一番であるというはそのことを表しています。しかし、肝心の矢印が E, F, G は視覚的に見づらいのものでそもそもその役割をはたしていないようで、そのため分かりにくいとなっているものと思われる。

6-4 情報表示

最後に必要情報のまとめ表示ですが、ここでもデザインは同じなので、ポイントは文字の色や背景とのコントラストです。明るさのコントラストが高いものは「表示 A」, 「表示 B」, 「表示 C」, 「表示 D」, 「表示 K」などですが、この中でも「表示 B」のみは色のコントラストが加味されていますので、明るさのコントラストと色のコントラストの2つの効果で最も見やすい表示となります。ただし、この場合色をつけることにより文字の明るさをやや低下させていますので、その効果があるため圧倒的に一番良い表示とはなっていません。悪い例は「表示 L」でコントラストが低い上に特に高齢者の観測者では背景の青が黒く見えますので、極端な場合黒背景に黒文字という非常に見づらい表示になるので特に配慮する必要があります。

また、ロービジョンの場合の経験則として、同じコントラストでも黒背景に白文字のいわゆるネガティブコントラストが好まれています。光学的にはコントラストは同じですが、ロービジョンの方特有の眼球内の散乱光の影響が出ているものと思われる。

6-5 まとめ

以上、調査報告書に対するコメントですが、調査結果は視覚の特性から見て合理的な結果となっています。見やすい表示を考慮する上で参考になる良い情報を含んでいます。

ただし、このコメントは一般的な見やすさに関するもので特にロービジョンの方に対する視点を特に強調したものではありません。コントラストを高く、色の識別性を上げ、情報を分かりやすく、などは一般に適用できる定性的なコメントです。例外として、ポジコントラストよりネガコントラストが好まれる、などがロービジョン独特のサイン表示となります。

ロービジョンの方に適切な表示を考慮する場合は、やはり定量的な設計が必要となります。この技術的背景はまだ十分整っていませんが、現在産総研で色の組み合わせ、コントラスト感度、適正文字サイズ、などに関するデータを整備しつつありますので、近い将来定量的にもロービジョンの方に合った適切な設計が可能となるものと思われる。

7. 今後の課題

今回調査結果で得られた結果をもとにガイドラインを作成し、各関係業界及びメーカーに働きかけを行うと共に、障害者団体等の協力を得て実用化を目指す方向である。

8. 資料編

アンケート調査表（一部サンプル貼付）

衛生用品の表示のあり方に関するアンケート調査のお願い

財団法人共用品推進機構／大日本印刷株式会社

拝啓 寒冷の候、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。日頃は大変お世話になっております。

財団法人共用品推進機構は、平成11年に設立し、共用品（ユニバーサルデザインなど）の製品の普及・啓発に努めている公益法人です。

共用品の普及に関しては、障害の有無にかかわらず、多くの方が日常生活で感じている不便さを解消するため、「どのようなことやモノに不便さを感じているか」調査を実施していますが、最近の調査で“生理用品への不便さ”があげられました。

そこで弊機構では、(財)日本製教育協会から助成を受け、平成17年度より「生理用品に関する調査」を開始しました。

過去3年間で累計83名（内訳：障害のある人45名、ない人38名、《一部回答者重複》）から意見をうかがった結果、「開けにくい」ことや「包装の表示（素材やサイズなど）が分かりにくい」などの不便さがあげられました。そこで本年度は、大日本印刷（株）に協力をいただき、分かりやすい表示のあり方について調査を実施することにしました。

本結果は生理用品だけでなく、製品一般の表示方法にも展開できればと考えております。障害のあるなしに関わらずより多くの方にとって使いやすい工夫となるように、ルール化する計画ですので、多くの皆様のご意見をうかがえれば幸いです。

そうそう
草々

■各質問事項につきましては、該当するものに○または、記述をお願いいたします。

(1) 居住地 (都道府県) :

(2) ご職業 (会社員、主婦等) :

(3) 障害種別:ある(例:視覚障害))
ない

■問合せ先

東京都千代田区猿楽町二丁目5番4号

財団法人共用品推進機構 事務局 森川

電話 : 03-5280-0020 / ファックス : 03-5280-2373 / e-mail : morikawa@kyoyohin.org

1. ^{しょうめん} 正面から見た^み包装^{ほうそう}のうち、^{いちばん}一番^わ分かりやすく、^{ひつよう}必要な^{じょうほう}情報^えが得られるものはどれですか？ 6つのうち、1番^{ばん}分かりやすい^わものには1、2番^{ばん}目に^め分かりやすいものには2、^わ分かりにくいものには×を、 ^{なか}の中^かにお書きください。







2. 開け口が一番分かりやすいものはどれですか？ 8つのうち、1番分か

りやすいものには1、2番目に分かりやすいものには2、分かりにくいも

のには×を、 の中にお書きください。



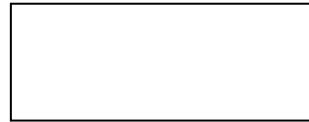
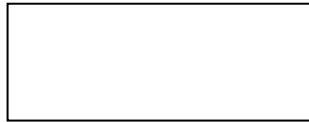












3. 次の表示のうち、一番分^{いちばん}かりやすいものはどれですか？ 1 2種類^{しゅるい}のうち、1番^{ばん}分^めかりやすいものには1、2番^{ばん}目に分^めかりやすいものには2、分^わかりにくいものには×を、 ^{なか}の中^かにお書きください。







